



XING 

Willkommen zur Hauptversammlung der XING AG

Hamburg
21. Mai 2008



Lars Hinrichs
Vorstandsvorsitzender
& Gründer (CEO)



Eoghan Jennings
Finanzvorstand
(CFO)

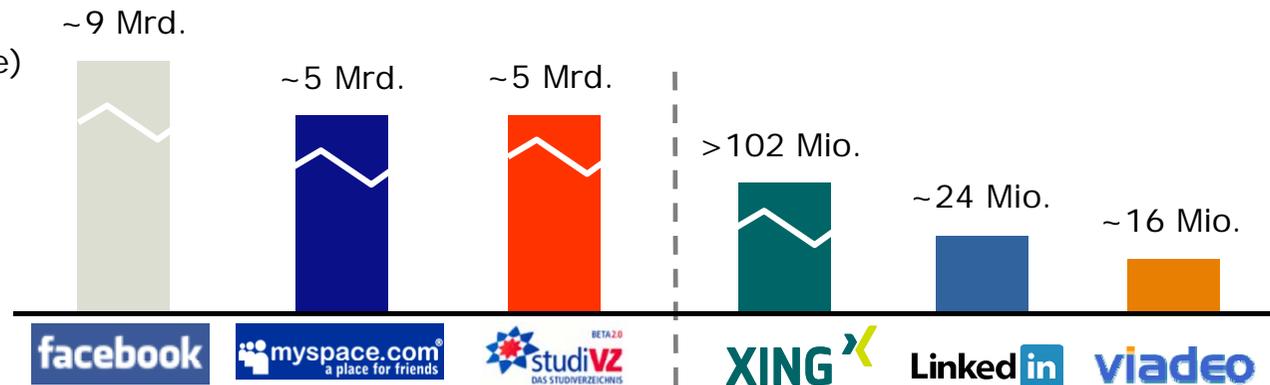


Burkhard Blum
Vorstand

02 Geschäftliche & private soziale Netzwerke



Seitenaufrufe (Europa)
Im März 2008 (ComScore)



	Private soziale Netzwerke	Business Netzwerke
Bedürfnisse	"In" sein Dazugehören	Zugang zu neuen Karriere- Möglichkeiten und Geschäften
Wert für den Nutzer	Dating Selbstdarstellung Freizeitgestaltung	Effizientes Kontaktmanagement Neue Geschäftskontakte Neue Karriere-Chancen Wissenesaustausch mit Experten
Monetarisierung	Überwiegend Werbung	Mitgliedsgebühren + Zusatz-Services
Demografische Einteilung	15-30	25-65+
Wachstumstreiber	Hype bzw. Trend "Coolness"-Faktor	Aktivität Sprungbrett für die Karriere Veränderung von Bedürfnissen
Funktionen & Tools	Blogs, Widgets, Bilder, Videos	Suche, Marketplace, Professionelle Lebensläufe

03 86 Millionen Kontaktverbindungen



Ihre Verbindung zu Dr. Robert Wessel



Lars Hinrichs  
XING AG

.....



Frank Beringer  
Barnes & Partners

.....



Dr. Robert Wessel 
KNBS Consulting



Zeige die 58 verschiedenen Verbindungen zu Dr. Robert Wessel

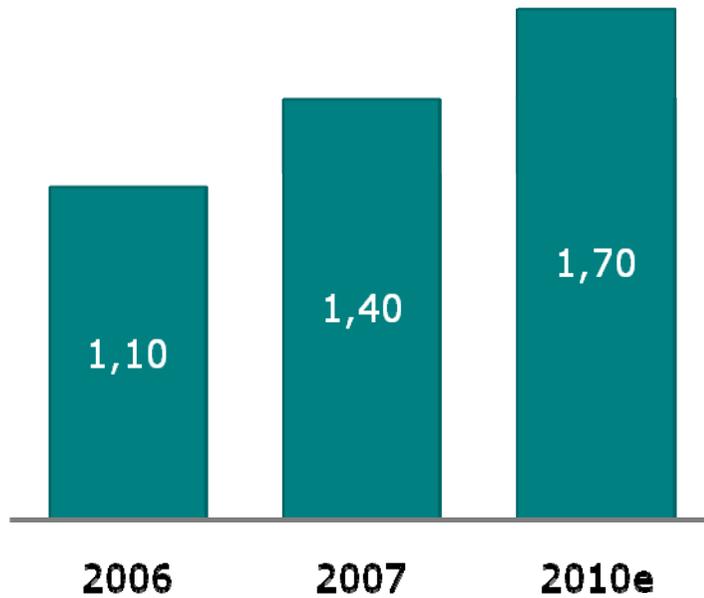
86.000.000 potenzielle...

- › ... Geschäftsabschlüsse
- › ... Geschäftsideen
- › ... Expertengespräche
- › ... Empfehlungen
- › ... Möglichkeiten zur Mitarbeiterrekrutierung

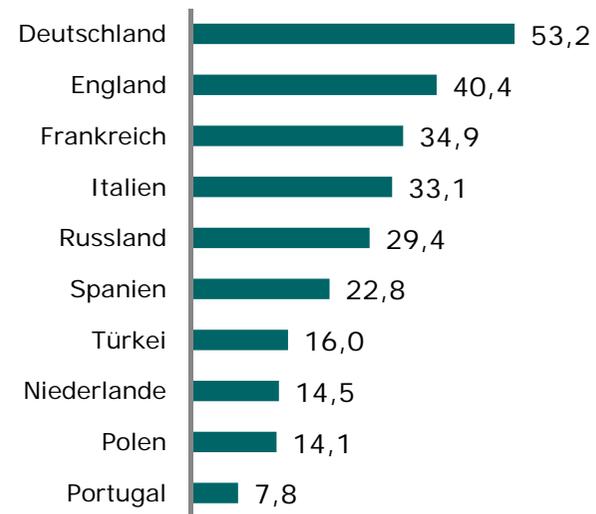
04 Internetwachstum

Die größten Internet-Sprachräume

Wachstum
Internetnutzer weltweit in Mrd.*



Wachstum
Internetnutzer Europa in Mio.*



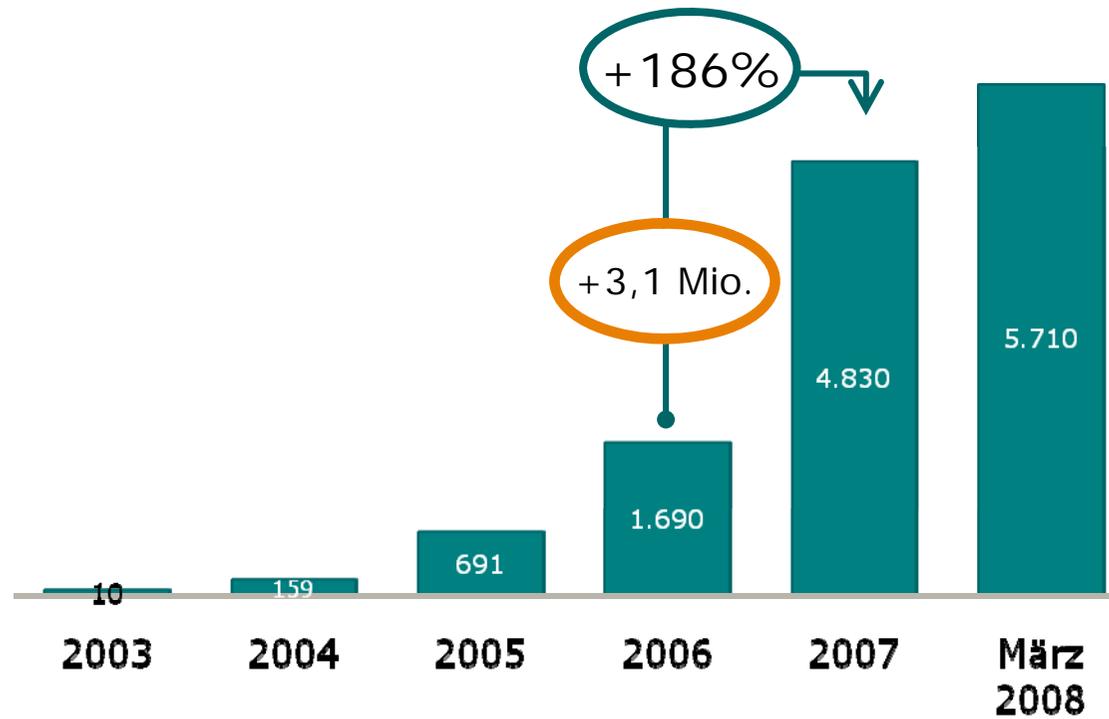
*Quelle: www.internetworldstats.com

05 Mitgliederwachstum seit Gründung

3,1 Millionen neue Mitglieder in 2007



Mitgliederentwicklung in Tsd.

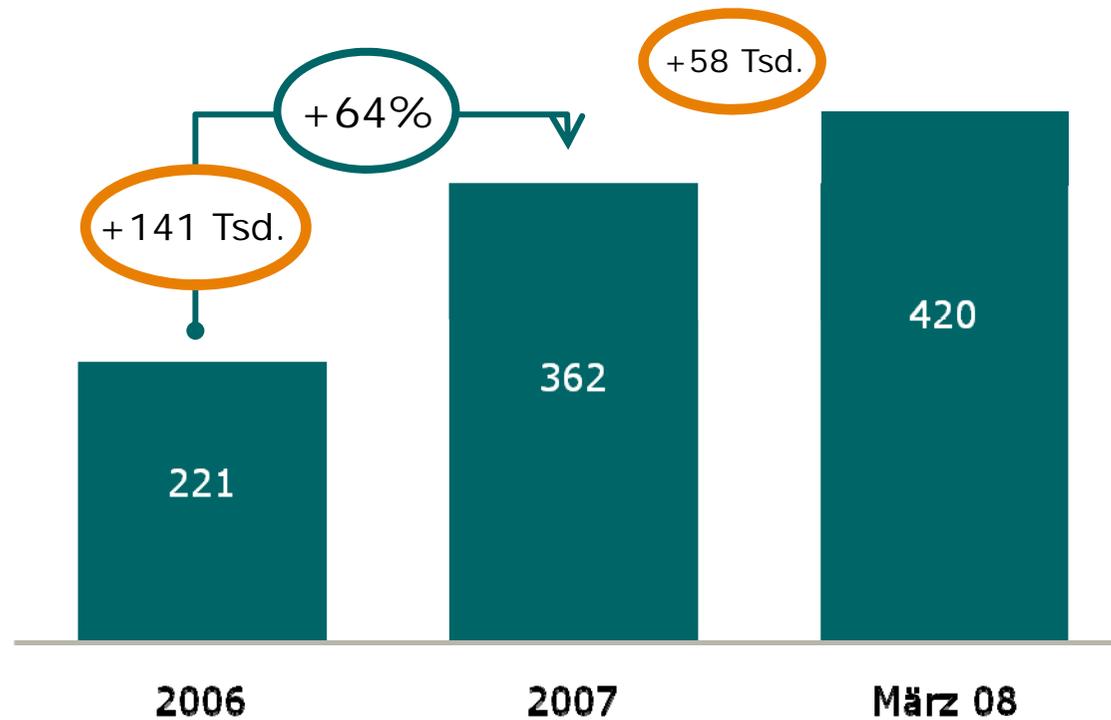


06 Premium-Mitglieder

Wachstum auch in 2008 ungebrochen

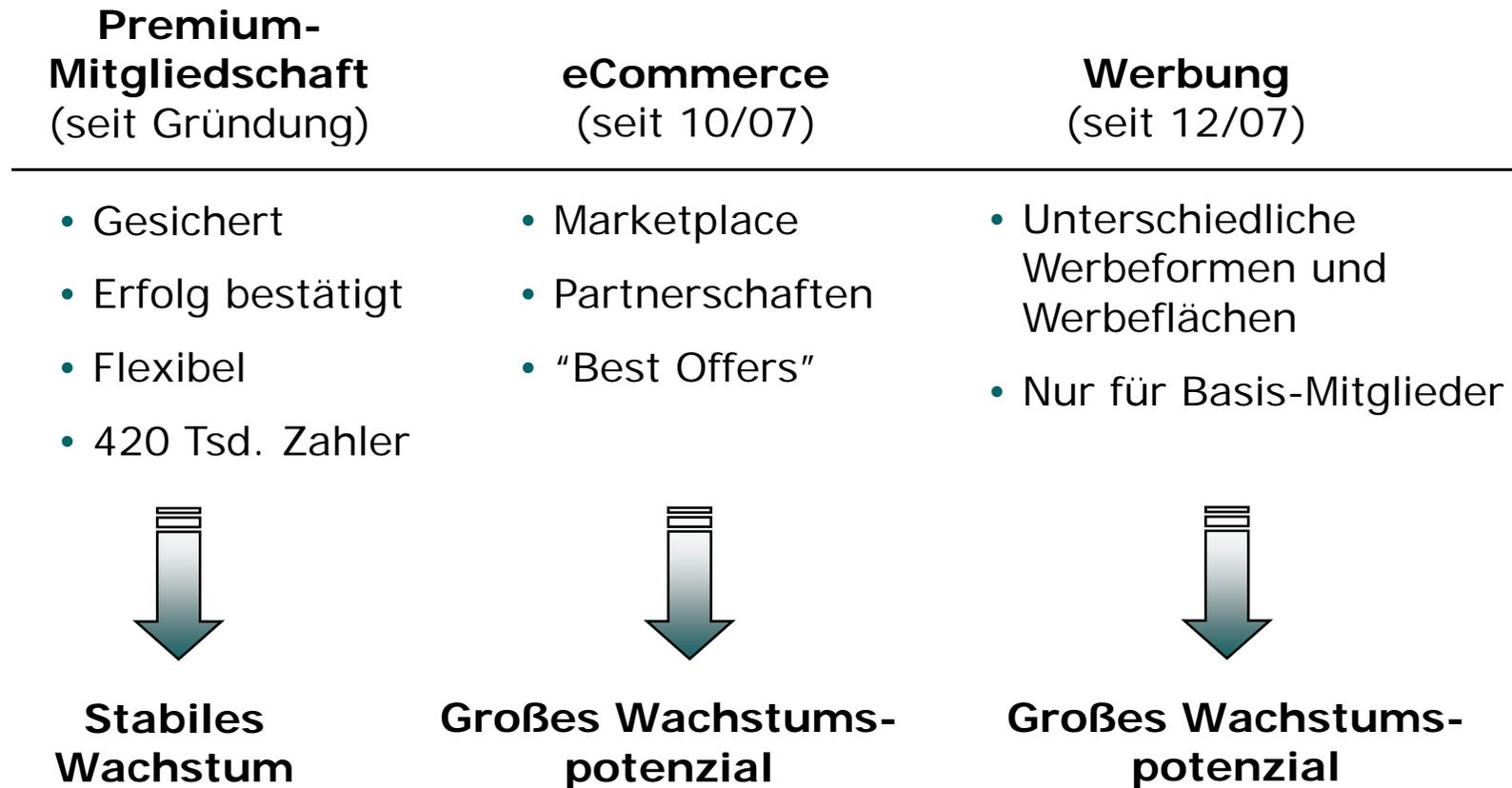


Premium-Mitglieder 2006 vs. 2007 und Q1'2008



07 Neue Geschäftsmodelle

XING steht zukünftig auf drei Säulen



Abgleich von Angeboten und Kandidaten

Stellenangebote werden mit den Profilen unserer Mitglieder abgeglichen und passende Angebote auf der Startseite angezeigt

Kaum Streuverluste für Personalsuchende

Latent Jobsuchende können erreicht werden

Die besten Kandidaten sind fest im Sattel und vielleicht gar nicht aktiv auf Jobsuche, können aber über XING gefunden werden

Soziales Umfeld nutzen

Ansprachen über Empfehlungen aus dem sozialen Umfeld haben sich etabliert

XING Umfeld ist Ideal für Job-Empfehlungen unter Mitgliedern

Der **XING Marketplace** macht Personalbeschaffung effizienter durch gezielte Adressierung von Kandidaten die gesucht werden



The screenshot shows the XING website interface for user ALDO CASAMASSA. The top navigation bar includes 'Start', 'Mitglieder', 'Nachrichten', 'Adressbuch', 'Gruppen', 'Termine', 'Marketplace', and 'PremiumWorld'. The main content area is divided into several sections:

- Besucher meines Profils:** Lists recent visitors like Nina Heil, Katrin Oswald, and Jero Heidenreich.
- Neue Artikel in allen Gruppen:** Shows recent posts such as 'Re*12: SEO dringend gesucht' and 'Suche Linux Administratorin NRW'.
- Angebote, die zu Ihrem Profil passen:** Lists job offers like 'Wir erstellen Werbelexite und redaktionell' and 'Tour Golf Professional'.
- Kontakte meiner Kontakte:** Lists contacts like Jan Webering, Christian Schönwels, Arne Westphal, and Rüdiger Hamann.
- Mein Netzwerk:** A circular diagram showing network statistics: 46 Direkte Kontakte, 5.878 Kontakte von Kontakten, and 416.195 Kontakte 3. Grades.
- Meine nächsten Termine:** Lists upcoming events like 'Meine Geburtstagsparty in unsere neuen Wohnu'.
- Meine letzten Gruppen-Artikel:** Shows recent group posts.
- Neues von XING:** A news section with articles like 'XING führt offizielle XING-Events ein', 'OPEN Business Club AG übernimmt Neurons', and 'Markteintritt für XING in Amerika'.

An advertisement for 'ColorSphere HP TONER' is visible in the bottom right, with a magnifying glass highlighting the text 'ERFAHREN SIE MEHR'.

- Vermarktungsstart 12/07
- Relevante Werbung durch demografische und geografische Ansprache
- Zusätzliche Werbeeinnahmen ermöglichen schnellere Investitionen in die Entwicklung neuer Funktionalitäten für unsere Mitglieder
- Werbung für mehr als 5 Mio. Mitglieder
- Keine Werbung für Premium-Mitglieder
- 521 Tsd. € in Q1/2008

10

Wert einer Community = Aktivität

Hochwertiges Netzwerk durch Mitgliederwachstum & Aktivität

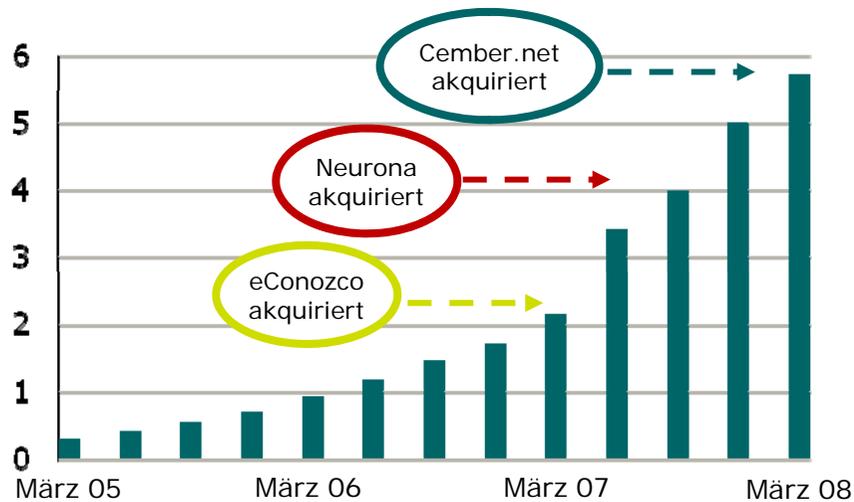


Wert eines sozialen Netzwerks
= Mitglieder x Aktivität

5,7 Mio. Mitglieder durch organisches Wachstum und Akquisitionen

>90% der XING Premium-Mitglieder haben sich in den letzten 30 Tagen angemeldet

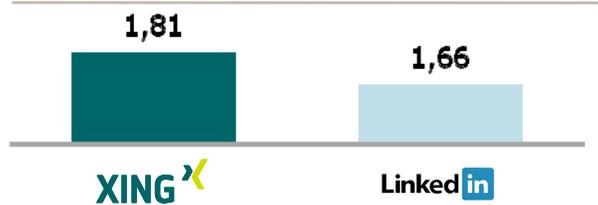
Mitglieder in Mio.



Seitenaufrufe in Mio.*



Unique visitors in Mio.*



Hinweis: März 2008 (Europa), XING inc. cember.net
Quellen: ComScore Networks, Inc.; XING



Burkhard Blum
(Vorstand)

12 XING leitet Konsolidierung ein... ...und wird Marktführer in Spanien



420 Millionen spanische Muttersprachler weltweit –
davon **113** Millionen spanischsprachige Internetnutzer



Akquiriert im März 2007

- Erste Akquisition eines sozialen Netzwerks durch ein anderes SN weltweit
- 150 Tsd. Mitglieder zum Zeitpunkt des Erwerbs
- Integration mit über 400 Tsd. Mitgliedern
- Kaufpreis: ~1,2 Millionen Euro

Akquiriert im Juni 2007

- Kritische Masse in wichtigen Städten wie Barcelona (2%) und Madrid (1%) erreicht
- Rund 40% aller Mitglieder in Südamerika
- Kaufpreis: ~9,6 Millionen Euro

13 Akquisition vom cember.net

XING schlägt Brücke an den Bosphorus



Türkei:
**Aufstrebende Volkswirtschaft mit
mehr als 70 Millionen Einwohnern**



- Dritte Akquisition seit IPO
- Zunehmende Internetpenetration schafft großes Wachstumspotenzial
- Schnell wachsende Volkswirtschaft
- cember.net hat bereits etablierte Geschäftsmodelle (Premium-Mitgliedschaften & Werbung)
- Kaufpreis: ~4,4 Millionen Euro
- Marktführer in der Türkei



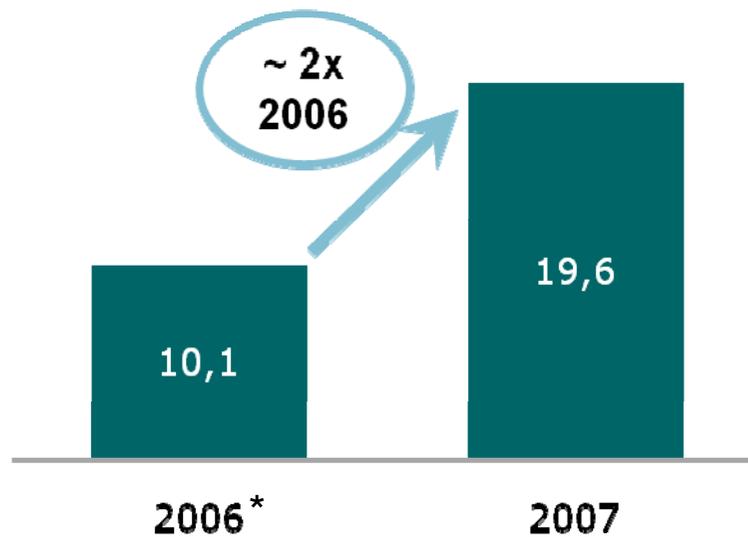
Eoghan Jennings
(Finanzvorstand)

15 Jahresprognose 2007 erreicht

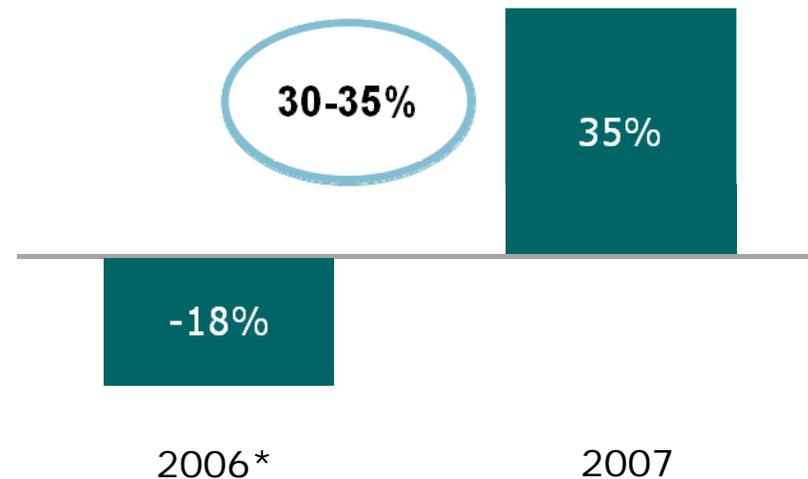
XING wächst profitabel



Umsatzentwicklung
2006 vs. 2007 in Mio. €



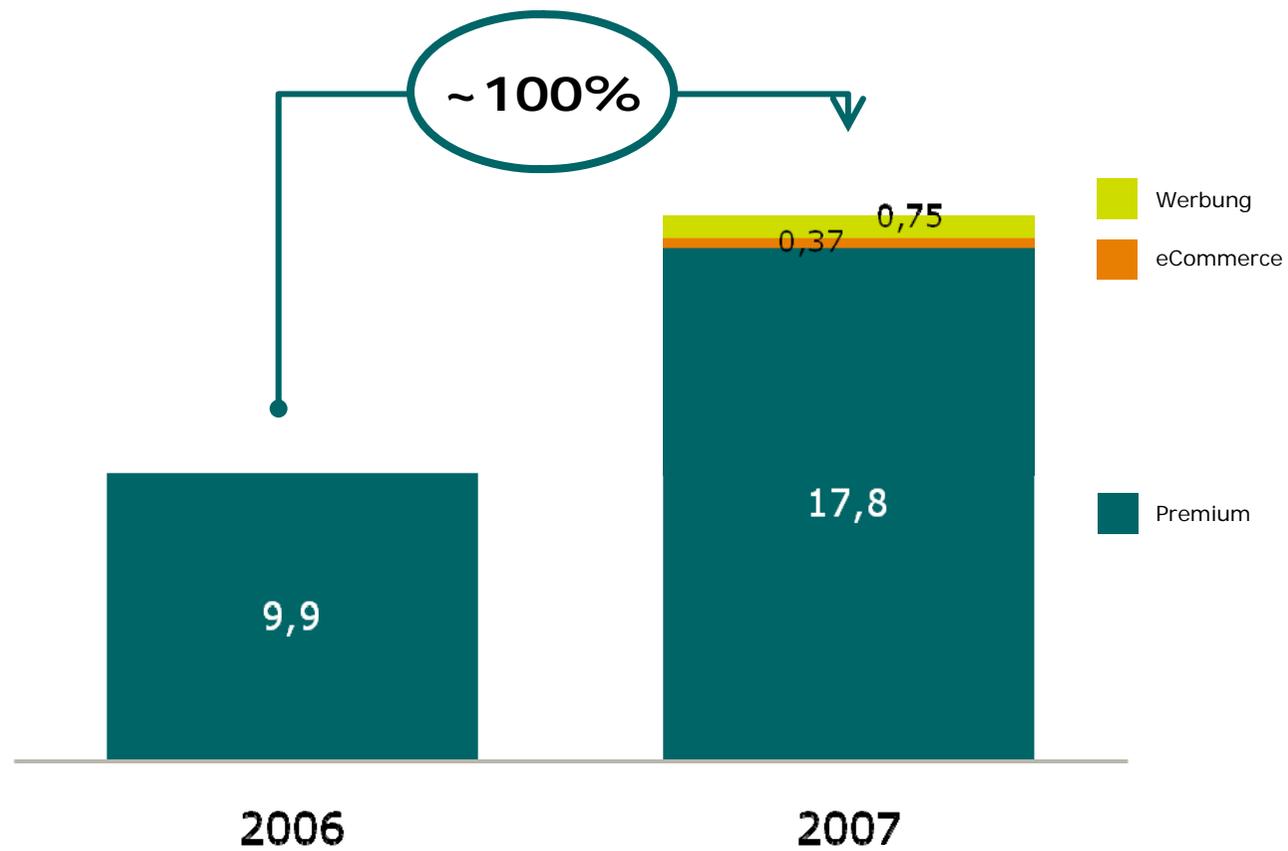
EBITDA Marge
2006 vs. 2007



* 2006: Proforma Ergebnisse

16 Entwicklung der Serviceumsätze

Serviceumsätze in Mio. €

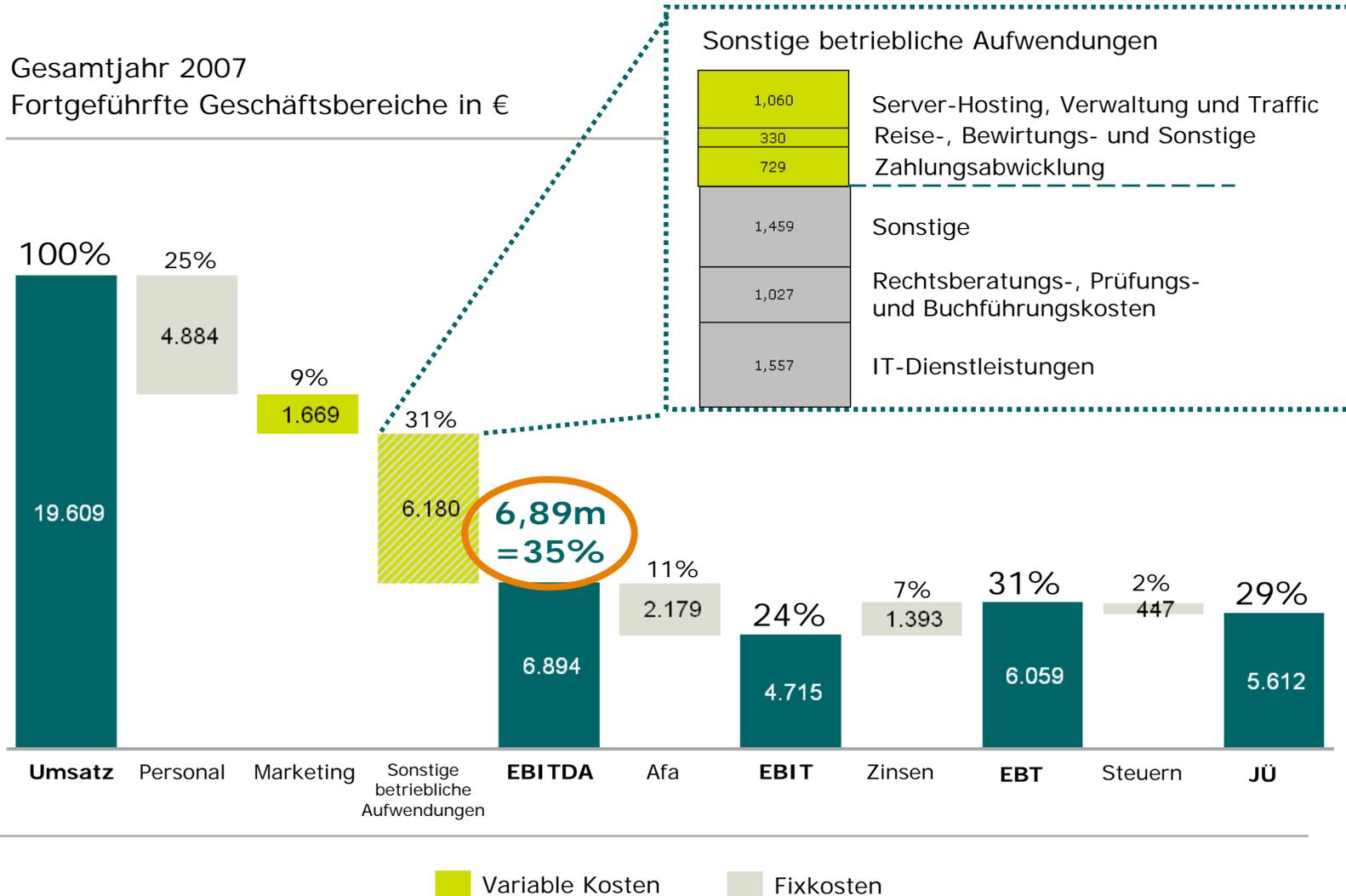


Excl. sonstige betriebliche Erträge

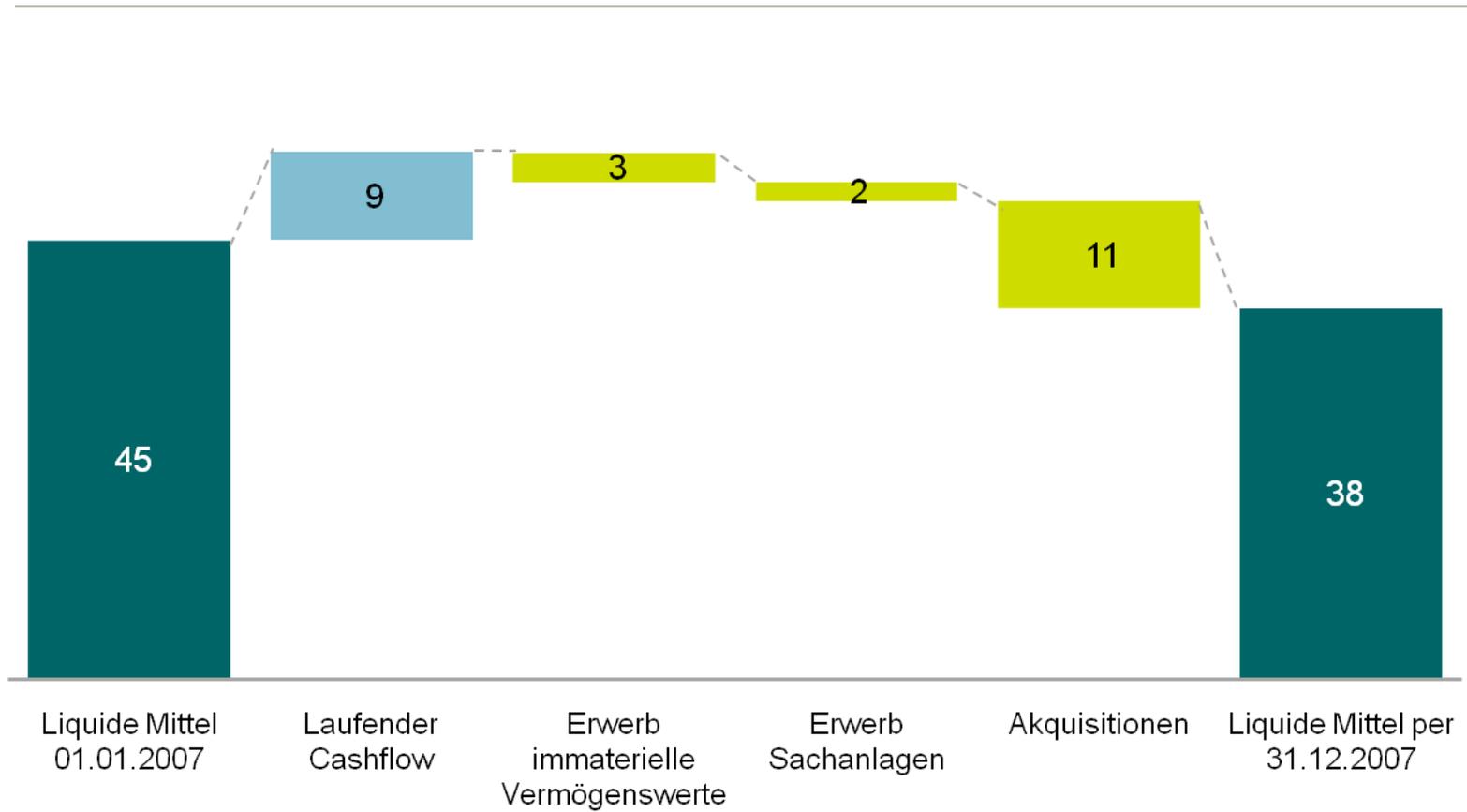
17 XING erreicht EBITDA Prognose EBITDA Marge >35%



Gesamtjahr 2007
Fortgeführte Geschäftsbereiche in €



Gesamtjahr 2007
Entwicklung der liquiden Mittel

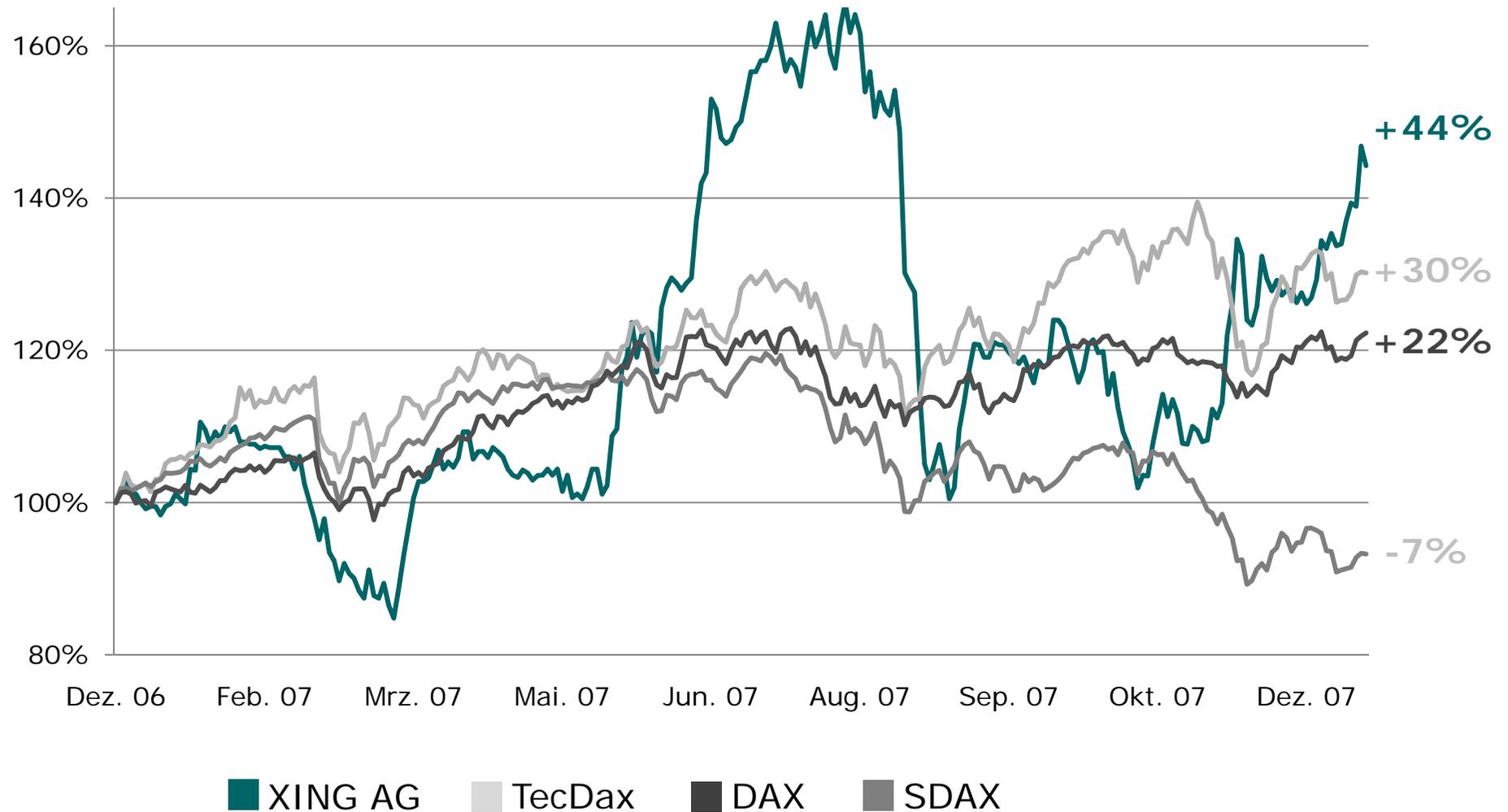




Lars Hinrichs
(Vorstandsvorsitzender)

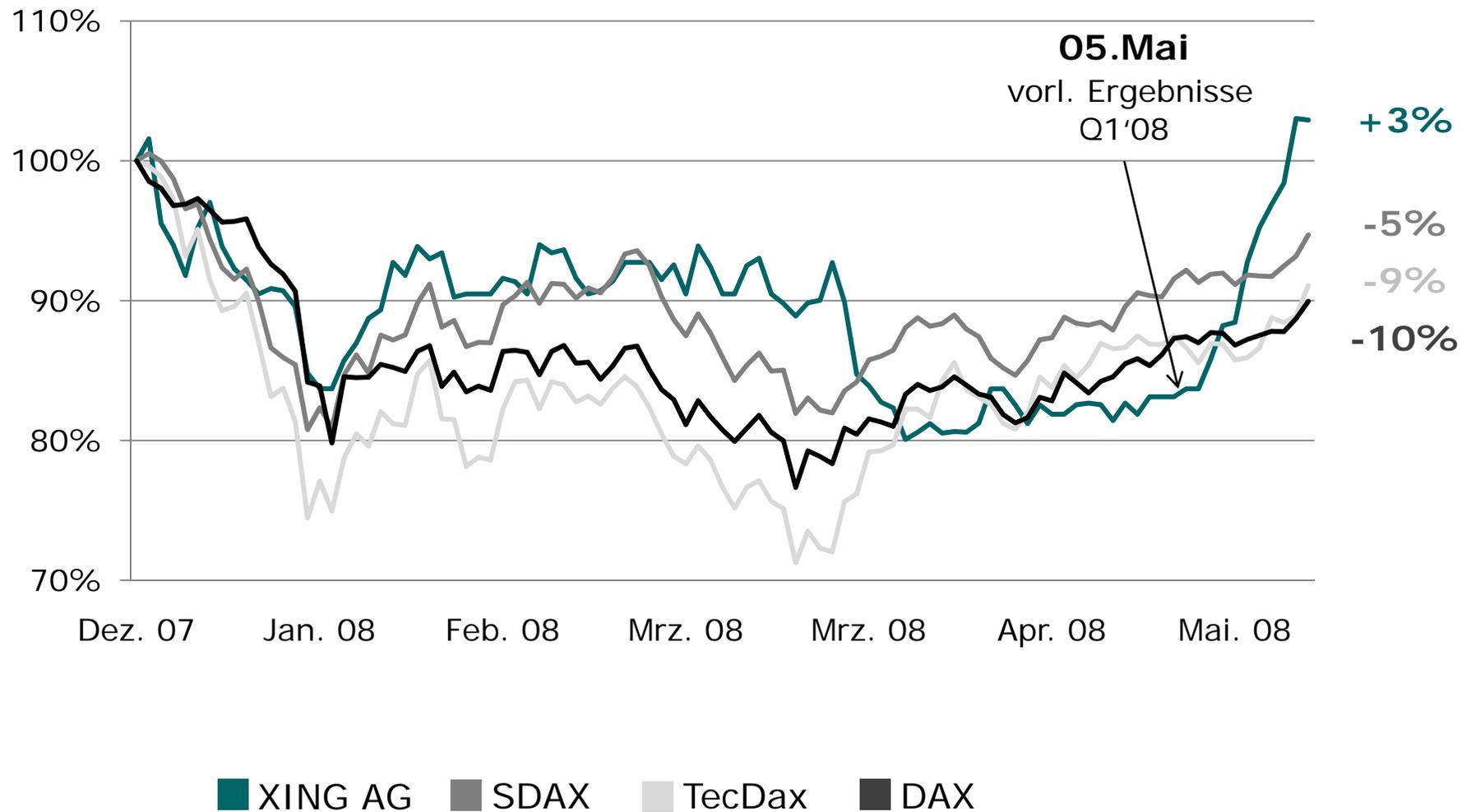
20 Aktienkursentwicklung

XING schlägt alle Indizes in 2007

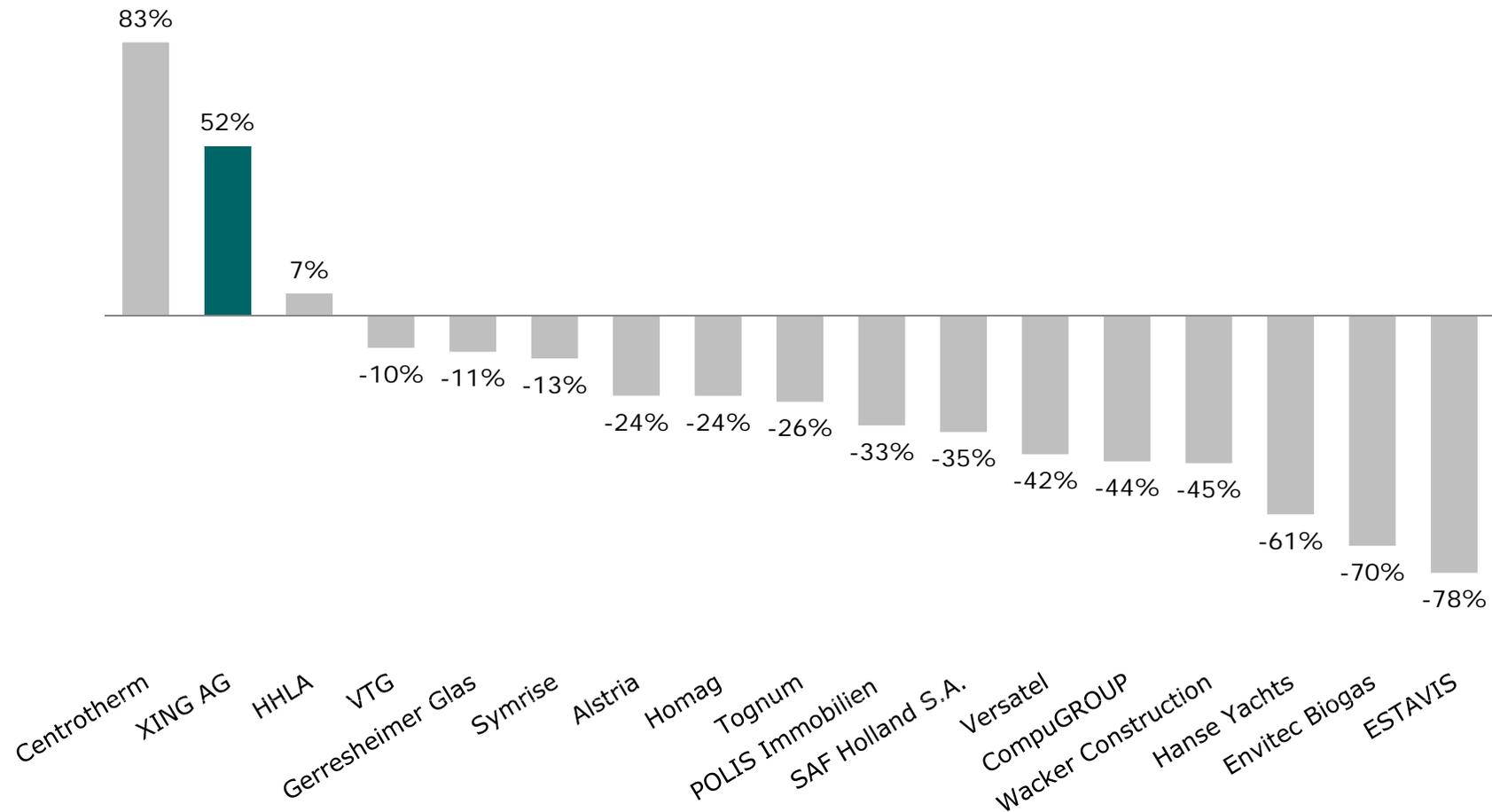


21 Aktienkursentwicklung seit Jahresanfang 2008

Quartalsergebnisse Q1'08 beflügeln XING Aktie



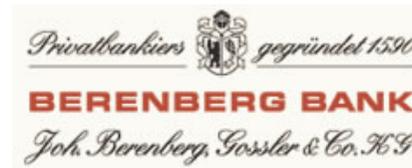
22 XING gehört zu den erfolgreichsten IPO's



[Schlusskurse vom 19. Mai 2008]
[IPO's mit Emmissionsvolumen >50 Mio.€]

23 Interesse des Kapitalmarktes wächst

XING AG wird bereits von 7 Banken analysiert



➤	Mitglieder von 1,69 Mio. auf 4,83 Mio. Premium-Mitglieder von 221 Tsd. auf 362 Tsd.
➤	Umsatz von 10,1 Mio.€ auf 19,6 Mio.€ EBITDA Marge von -18% auf +35%
➤	Aktive Konsolidierung: 1. Akquisition von eConozco 2. Akquisition Neurona
➤	Neue Geschäftsmodelle: 1. eCommerce (Marketplace) 2. Werbung

1

Sicherung und Ausbau der Marktführerschaft in Europa

- Virales Wachstum
- Events
- PR
- Marketplace

2

Weitere Geschäftsmodelle

- Mehrwert für Mitglieder
- Neue Erlösquellen

3

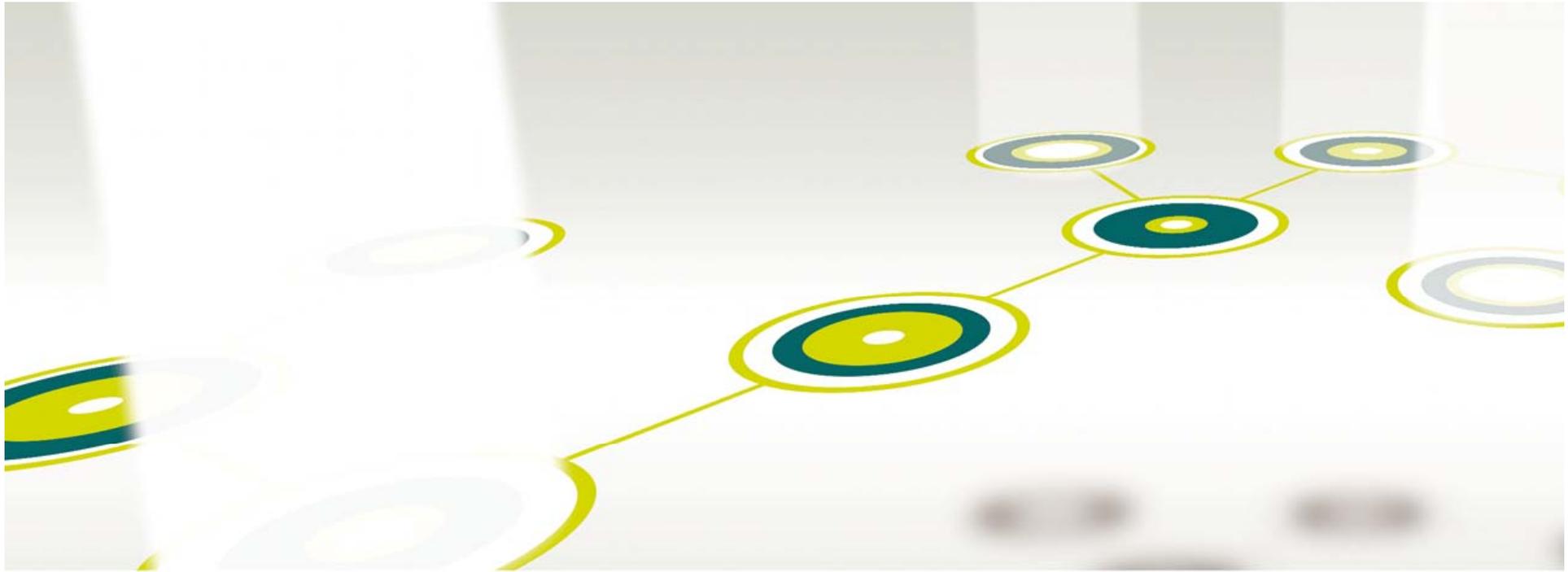
Weiterentwicklung der Plattform

- Kontinuierlich neue Funktionen
- Nutzwert weiter erhöhen

4

Konsolidierungskurs fortsetzen

- Finanzkraft durch IPO: ~38 Mio. €
- "Time to market"



Hauptversammlung 2008 der XING AG

